

**Text: Torsten Krey**

Torsten Krey, Jahrgang 1971, ist Pfarrer der Evangelischen Kirchengemeinde Bergshausen bei Kassel. Seine Arbeitsschwerpunkte sind die Konfirmandenarbeit, Gestaltung neuer Gottesdienstformen, die Begleitung von Mitarbeitenden sowie Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising. Daneben ist er Beauftragter für die Blinden- und Sehbehindertearbeit seiner Landekirche. Er hat eine berufsbegleitende Ausbildung zum Fundraising-Manager abgeschlossen und beobachtet engagiert soziale Kommunikations- und Institutionalisierungsprozesse. Er ist verheiratet und hat 2 Kinder.

„Herr Isenburg, Sie sind Pfarrer in Dortmund beim Amt für missionarische Dienste und verantwortlich für die Wiedereintrittsstellen. Sie setzen sich u.a. für "offene Kirchen" ein, z.B. für die alternative Nutzung von Kirchenräumen. Warum muss Kirche offener werden? Was erhoffen Sie sich von diesem externen Input? Und wie kann Kirche ihrer Meinung nach gegen Mitgliederschwund kämpfen? Herr Krey, Sie sind Pfarrer der ev. Kirche Bergshausen, die mit regelmäßigen und aufwendigen Videos auf YouTube vertreten ist. Wen möchten Sie über diesen Channel erreichen? Wie erfolgreich sind Ihre Videobotschaften? Und warum hat sich Ihre Gemeinde für das in Deutschland nur langsam aufkeimende Medium YouTube entschieden?“

Unsere Präsenz im Internet zielt vor allem auf Menschen in unserem Einzugsgebiet, die wir mit den ‚klassischen‘ analogen Kommunikationskanälen einer Kirchengemeinde nicht mehr erreichen. Auf YouTube sind wir Rahmen unserer Konfirmanden- und Jugendarbeit aufmerksam geworden: In dieser Altersgruppe spielt das Videoportal als Unterhaltungs- und Informationsmedium, aber auch als Plattform kreativer Mitteilung, eine selbstverständliche Rolle und scheinbar auch zunehmend in der Elterngeneration. Zunächst gab es einige Jugendliche, die Spaß daran hatten, kurze Videos mit einer Konfirmandengruppe für den Eigengebrauch zu drehen. Die Idee einer Veröffentlichung auf YouTube erhöhte den Reiz und das kreative Potenzial. Recht bald zeigte sich, dass nicht nur die beteiligten Jugendlichen selbst die Filme aufriefen, sondern auch Eltern, Freunde usw. Auf ansprechende Art können sie damit einen Einblick geben, was sie bei der ‚Kirche‘ erleben. Selbstverständlich achten wir bei der Veröffentlichung auf Persönlichkeitsrechte und vermeiden Darstellungen, die sich negativ auf Beteiligte auswirken könnten. Positive Reaktionen der Beteiligten und Konsumenten schafften den Anreiz, das Medium nun als strategischen Kommunikationskanal der Kirchengemeinde zu nutzen, in dem sich Anliegen einer ‚kundenfreundlichen‘ Öffentlichkeitsarbeit mit einem kreativen Instrument der Jugendarbeit verschränken. So folgten vermehrt auch thematisch orientierte Beiträge, die sich aus dem Konfirmandenunterricht oder Gemeindeleben ergaben.

Wesentlich für die Verbreitung und Wahrnehmung der Filme ist sicherlich die Vernetzung mit weiteren Sozialen Medien. Neue Videos werden sowohl auf unserer Website verlinkt, als auch auf Facebook und ähnlichen Kanälen gepostet. Die Möglichkeiten der Bewertung und Weiterverbreitung sorgen für entsprechende Aufmerksamkeit. Dabei zeigt sich, dass wir in der Regel Menschen aus dem sozialen Umfeld der Kirchengemeinde und der praktischen Arbeit erreichen. Es ist also kein

Medium, das losgelöst von anderen Formen der Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit zur Erschließung neuer Interessensgruppen führt, aber immerhin verschafft es der Gemeinde regelmäßige lokale Öffentlichkeit jenseits analoger Kanäle und trägt wiederum dazu bei, ‚Dorfgespräch‘ zu bleiben. In Kategorien der Öffentlichkeitsarbeit gesprochen, erhöhen YouTube & Co demnach unsere Hintergrundpräsenz. Und als solches Mittel setzen wir die Plattform inzwischen strategisch ein.

Das Medium hat selbst eine kreative Rückwirkung auf Formen der Gemeindegarbeit. So werden etwa bei Gottesdiensten oder anderen Veranstaltungen eigens produzierte YouTube-Videos sowohl als inhaltliche wie auch werbende Beiträge eingesetzt. Auf YouTube gibt es etwa einen ‚Teaser‘ und im Gottesdienst wird der Filmbeitrag aufgegriffen und anschließend komplett veröffentlicht. So partizipieren unterschiedliche Nutzergruppen an den Produkten. Was schließlich auch ‚traditionell‘ orientierte Gemeindeglieder mal auf unseren YouTube-Channel oder die Facebook-Seite schauen lässt.

NACH OBEN



[ÜBERSICHT](#) | [EDITORIAL](#) | [TITELSTORY](#) | [INTERVIEW](#) | [STATEMENTS](#) | [ÜBER DIE AUTOREN](#)

   